

“百年品牌, 百亿目标” 金沙古酒酒业 为打造贵州“第二酱乡”发力

■ 本报记者 李国政

近两年,金沙古酒业有限公司喜事接踵。2011年10月9日,金沙县政府与深圳宝德集团有限公司正式签订合作协议,由宝德公司增资控股金沙古酒酒业,并计划在“十二五”期间投资8.8亿元进行扩建,新增产能1万吨。

2011年11月7日,“金沙古酒专家鉴评会”在贵阳喀斯特酒店隆重召开,中国白酒行业泰斗、国家级品酒大师、中国食品协会白酒专业委员会三位副会长沈怡方、高景炎、高月明,以及副秘书长陶家驰带领十三位全国白酒行业顶级专家济一堂,对金沙古酒进行现场鉴评。鉴评结论:“微黄,透明,无沉淀,酱香突出,酒体丰满,细腻,绵柔,爽净,空杯留香持久。大曲酱香风格典型。”

2012年8月18日,金沙古酒新品上市发布会在贵阳万丽酒店召开。

8月19日,金沙古酒酒业10000吨产能开工仪式在金沙安底举行。

宝德集团十分精明,慧眼识珠,它看准了“中国白酒金三角”所蕴藏的商机,看准了贵州的后发优势,看准了名优酒产业的高成长性,看准了金沙古酒的卓越品质。

提到金沙古酒的卓越品质,就不得不诉说一段酿酒佳话。三十年代初期,茅台、金沙、安底,三合至贵阳是一条古盐道,商贸如织,沿途乡场因此而繁荣。由于生意往来,安底绅士黄慎初先生幸识茅台镇杨柳湾酒师刘开庭,一来二往,遂结为好友。慎初先生对茅台酒极为赏识,便邀刘开庭师傅到安底自己酒坊传艺酿造,由此茅台酱香工艺便传入金沙,所产“慎初陡酒”,因作坊建在金沙安底陡滩而以地势名之,后以为不雅,改称“斗酒”,后来称“金沙古酒”。

贵州金沙斗酒厂始建于1931年,原名“慎初烧坊”,后易名安底斗酒业有限公司,2008年改制重组为贵州省金沙县安底斗酒厂,2011年深圳宝德集团有限公司增资控股该厂,改名金沙古酒业有限公司。

2009年5月18日《省黔府发(2009)16号文件》将金沙古酒酒业列入贵州省白酒产业振兴计划重点骨干企业。该公司负



责人表示,金沙古酒力争通过5年左右时间,使金沙古酒成为销售超过20亿元的白酒企业,并向100亿元规模的上市企业迈进!他说:只要我们发扬“六种精神”(即诚信精神、团队精神、敬业精神、奉献精神、创新精神、创业精神),强化“九个意识”(即客户意识、成本意识、目标意

识、绩效意识、忧患意识、竞争意识、沟通意识、学习意识、发展意识),始终不渝坚持“秉承传统工艺、酿造优质美酒”的质量方针,全体员工有事业心、进取心、责任心,公司“百年品牌,百亿目标”的愿景就一定能够实现,为把金沙打造成继茅台之后的第二个酱香名酒之乡贡献力量!

远鸿小角楼推出新品 进军中高端白酒领域

11月23日,远鸿小角楼酒业公司在公司所在地平昌召开全国经销商大会推出新产品。远鸿小角楼新公司刚成立4个月便推出系列新产品高调亮相,当下白酒市场处于风口浪尖,小角楼未来的路在哪里?

抓质量先做好老百姓喝的酒

远鸿投资小角楼进军白酒市场时机是否合适?着力点何在?

从《中国酿酒产业“十二五”发展规划》得知,到2015年全国白酒总产量将达到960万千升。数据显示,2011年,全国白酒产量达102.56亿升,同比增长30.70%。事实证明白酒业“十二五”规划的产量目标早在2011年就已超越了。假如这种现象表明目前中国白酒行业存在产能过剩的话,小角楼前景令人堪忧吗?国家统计局公布数据显示,2011年全国白酒行业完成产品销售收入3746.67亿元,实现利润571.59亿元,上交税金445.10亿元。

“除出口交货值外,各项经济指标数据都保持了30%以上的增长速度。”为此,新小角楼公司总经理邓宏告诉记者,从白酒行业产销量增速、收入和利润等各项数据来看,



白酒行业继续保持了快速增长的态势。虽然国内经济增速有所放缓及市场对白酒行业发展前景有所担忧,但是从目前销量增速来看,预计白酒行业未来3-5年至少保持10%以上的销量增速,利润仍可有20-30%的增速,白酒行业景气度依然维持。

邓宏还表示,目前市场下滑是高端白酒,对小角楼在市场上的份额和当下发展不

会造成影响;我们目前首要任务是抓好产品的质量,市场定位是做让普通老百姓能够喝的酒,就在巴中和南充为主的川东北市场,小角楼每年可做10-15亿的市场份额。

科学布局进军中高端市场

如今,白酒资本市场风生水起,远鸿

小角楼刚刚经历资产重组,还犹如一棵幼苗。如果只是停留在低端产品,能否经得住市场残酷的检验?能否支撑起当地政府提出发展白酒产业布局的规划?未来的路能够走多远?“科学布局是企业发展的重中之重,未来我们一定会进军中高端市场的。”邓宏向记者透露,我们挖掘小角楼深厚的历史文化,把小角楼的品牌发扬光大是企业的终极目标。最重要的是,平昌县委、县政府把小角楼的发展当做头等大事,这是小角楼加快发展的有利条件。

当记者问及从市场的角度来看小角楼,将来进军中高端白酒领域的优势在哪里?邓宏表示,首先是我国白酒消费基础扎实,文化底蕴深厚,特别是随着中国的发展趋势来看,白酒文化将会繁荣昌盛;二是看重于国内经济未来长远发展的趋势一定是越来越好,居民收入水平会不断提高,消费的趋势会不断升级;三是随着我国中产阶级的壮大,也必然带来白酒消费结构的升级,这虽然将是一个长期的过程,但我始终看好中国经济,看好中国白酒市场。

(金融投资报)

十年科技创新 品牌厚积薄发 扳倒井造就一支“国字号”的技术精兵强将



■ 本报记者 张建忠

深秋时节,记者来到山东高青,这里曾经留下了宋太祖的遗迹,而今,在这块土地上,扳倒井人用理想和激情,赋予了扳倒井新的内涵。当走进扳倒井现代化的灌装车间,映入眼帘的是统一蓝色工作服的员工在一条条现代化流水线上专心工作。

扳倒井十年坚持以科技支撑企业发展,用良好稳定的品质征服市场,打造出一支特别能战斗的科技团队。

“中国酿酒大师”的深厚积累和创新实践

毕业于酿造专业的山东扳倒井集团董

事长、总经理赵纪文正是企业科技创新的带头人和优秀代表。从山东轻工业学院发酵工程本科专业毕业后,赵纪文被分配到扳倒井工作,从技术员、技术科长直到分管科研技术的副总经理。无论职位如何变化,赵纪文始终坚持直接参与研发。工作中他敏锐地认识到,白酒行业根基在纯粮酿造,实力要靠纯粮酿造的规模去积累,品质的提高需在产能的不断扩张中实现。

2000年在鲁酒的低谷期赵纪文临危受命,上任扳倒井董事长、总经理。10余年来,从第一个万吨粮食酒项目抓起,先后完成五期项目的建设。2007年,扳倒井第九车间建成投产。他身体力行,亲自主持参与纯粮酿造技术研发,提升了扳倒井的创新能力。酿酒工艺传承、纯粮固态发酵工艺研发、芝麻香型白酒成香机理分析……一项项科研成果在扳倒井推出,他带领扳倒井创造了一个又一个新的辉煌。

由于在工作上的突出贡献,2009年赵纪文获得酿酒业的最高荣誉奖“仪狄奖”,2011年获山东白酒行业唯一一个“中国酿酒大师”称号。2012年又荣获山东省白酒行业唯一一个“山东省十大杰出工程师”称号。

“酿酒大师”带出一群中国白酒专家

天高任鸟飞,海阔凭鱼跃。在酿酒大师赵纪文的引领下,扳倒井发展史上,从来没有像今天这样人才汇聚、专家云集。

2005年,在首届全国品酒技能大赛上,山东扳倒井集团总工程师张锋国勇夺第一,成为中国白酒历史上第一个“品酒状元”,并荣获“全国五一劳动奖章”和“全国技术能

手”称号。

科技实力决定企业命运。在科学技术迅猛发展的今天,谁不重视科技,谁就要被淘汰。多年来,为抢占中国白酒纯粮酿造技术制高点,扳倒井高度重视技术人才队伍建设,实施科技赶超战略,造就出了一支“国字号”的技术精兵强将队伍:

中国第一个“品酒状元”、全国技术能手张锋国;
中国白酒优秀科技专家信春晖;
中国食协、中国酿协“双评委”胡风艳……

如今,扳倒井拥有5名国家级白酒评委,这在鲁酒企业中是独一无二的。

让企业成为技术创新主体,既是发达国家的成功经验,也是我国提升产业竞争力的必由之路。

“二次窖泥技术”、“DMADV酒体设计控制技术”、“复粮芝麻香工艺”等具有原创精神的纯粮酿造技艺全部出自这支一流的酿造团队,这些技术创新又实实在在地促进了扳倒井产品质量的提高。

在激发科技人员的创新能力和创造性的同时,扳倒井集团还制定了严格而完善的质量管理体系和检测体系。在纯粮酿造的每一个流程,从原材料的筛选开始,就实行了严格的掌控,整个生产流程严格按照“100%预防,100%检测,100%报告”,实施全程质量监控。

扳倒井向着更高目标奋进

党的十八大报告指出,“科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置”。赵纪文从执掌扳倒井帅印那一刻起,就始终把科技创

新置于企业各项工作的重中之重。

2011年7月,扳倒井在北京钓鱼台国宾馆宣布:成立“中国芝麻香白酒研究院”。这引起了中国白酒界的广泛关注。扳倒井集团与中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院等达成战略合作,组建了中国芝麻香最强科技研发机构,打造中国芝麻香型白酒研发最高平台。

2011年12月,扳倒井集团生产的“芝麻香型、浓香型白酒”顺利通过有机认证,成为全国首家芝麻香型有机白酒生产企业,也是山东省首个有机白酒生产企业,改变了山东没有有机白酒的历史,也为国井扳倒井品牌增加了含金量。其芝麻香型技术水准成为业内标杆。

近日,由中国工程院院士孙宝国及其团队加盟,关于芝麻香白酒课题项目研究的企业院士工作站落户扳倒井;2012年,山东省纯粮固态发酵工程技术研究中心正式落户扳倒井集团。

10年来,扳倒井凭借其在芝麻香领域过硬的质量,兼深厚的文化内涵,充分诠释了鲁酒高端品牌的独特价值,成为鲁酒领军企业,先后获得“国家地理标志保护产品”、“中华老字号”、“中国驰名商标”、“中国食品工业质量效益奖”、“中国白酒质量优秀产品”、“中国历史文化名酒”、“中国芝麻香型白酒领军品牌”等荣誉,国井高端芝麻香白酒被国家权威部门认定为“中国芝麻香型白酒代表”、“中国复粮芝麻香型白酒代表”等,成为公认的中国白酒高端品牌。

“国井”、“扳倒井”两大品牌酒在高青大地上交相辉映,“复粮芝麻香”和“幽雅浓香”齐吐芬芳,10年科技创新见证了扳倒井集团的荣光与梦想。

高端白酒 即将迎来集体涨价?

■ 桂妮娜

白酒业上市公司三季报近期陆续出炉,多个品牌业绩继续飘红。有分析人士称,四季度白酒行业将进入旺季,今年白酒行业净利润增速可能会高于60%。另有业内人士预测,年底高端白酒或再次迎来涨价潮。

三季度白酒上市公司业绩飘红

近日,10余家白酒上市公司陆续公布了自己的第三季度报。据了解,第一家发布三季报业绩的白酒上市公司泸州老窖第三季度实现净利润9.45亿元,同比增长58.17%。山西汾酒三季报显示,第三季度净利4.57亿元,同比增长高达833.39%。而酒鬼酒第三季度实现净利润1.97亿元,同比增长685.28%。此外,已公布业绩预告的白酒类公司古井贡酒、五粮液、洋河股份和金种子酒等4家酒企业绩预计增长均在50%以上。

据统计,14家白酒类上市公司今年前三季度共实现营业收入807.5亿元,同比增长43.1%,实现净利润297.6亿元,同比增长88.65%。茅台、五粮液及二三线品牌的前三个季度的营业收入和净利润同比分别以40%左右的速度增长。

某证券公司在其日前发布的食品饮料行业三季报综述中表示,白酒公司成长性最好,调味品企业次之。据了解,第三季度营业收入增速环比加快的30家公司中有8家白酒企业,6家调味发酵品企业,净利润增速环比加快的31家公司中有12家白酒企业,6家调味发酵品企业。

12月开始高端白酒或迎涨价潮

有白酒业内人士预测,12月到春节前,除五粮液提价,水井坊、舍得、剑南春品牌可能会涨价,幅度在10%-15%,高端酒涨价的目很显然,除了长期的品牌战略外,应对今年高端酒价格下行也是本次涨价的一个重要背景。

某酒类行业协会副秘书长李唐则称,今年上半年国内经济表现不佳,白酒市场也受到抑制,下半年白酒市场周期性峰值不如往年,市场价格不太可能出现去年那种涨幅高于往年10%的情况,不会出现量、价提升的现象。

相关人士分析称,白酒行业的利润增速远超其年初的预期,考虑到三季度末高档白酒逐步进入消费旺季,四季度白酒行业将入旺季,今年白酒行业净利润增速可能会高于60%。也有业内人士分析,“估计明年的行业增长速度会降到10%左右,而一线酒企将维持在20%-30%。”

今年白酒市场呈现四大趋势

一白酒营销知名人士分析今年前三季度白酒行业情况时称,今年白酒市场有四个趋势表现得特别明显。第一个是行业集中度明显提高,行业结构的调整加剧。业外资本进入加剧了行业的整合。如中粮牵手泸州老窖收下泸州8000吨基酒基地、联想酒业收购孔府家等。通过品牌和资本的整合,白酒行业集中度明显提高。

其次是流通渠道的变革,厂家自建零售终端现象增多,增幅较大。今年不仅茅台增设了直营店,五粮液、西凤、四特、古井贡、蓝色经典自建零售终端在广州地区数量增幅也较大。业内人士称自建零售终端频现,是由于大型主渠道没有发挥好应有作用,目前大型主渠道对消费者服务态度恶劣,存在零供关系紧张、分销配送服务不到家、放心酒的保障能力低、哄抬价格等问题。

第三个趋势是随着互联网的发展,新的购物方式出现,酒类电商发展迅速。据相关数据显示,今年双十一期间,酒类电商一天的销售额就可以与去年全年相比,双十一销售额同比成倍提高,一天就能赚上千万,其中酒仙网在双十一当天销售额突破了6000万元,是去年的6倍。据了解,酒类电商网虽然比其他行业晚,但酒类网购市场已出现大幅增长。统计显示,2011年酒类网购市场交易规模近20亿元,专家预计今年底将达到38亿元,2013年突破60亿元,有人甚至称10年内B2C有可能占据传统酒类行业50%左右的市场份额。

第四个趋势是进口葡萄酒对白酒的冲击越来越剧烈。据李唐透露,进口葡萄酒正以50%增速进入中国冲击着白酒市场,在广东地区,进口葡萄酒已分流了白酒市场25%以上的份额。